

4. Варій М. Й. Загальна психологія: [підр. для студ. вищ. навч. закл.]/М.Й. Варій - [3-тє вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 1007 с.
5. Волков Б. С. Методология и методы психологического исследования / Б. С. Волков , Н. В. Волкова, А. В.Губанов: [Учебное пособие для вузов] – [5-е узд., испр. и доп.] – М. : Академический проект; Трикста, 2006. – 352 с.
6. Гончаренко С. У. Методологія / С. У Гончаренко // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; головний ред. В. Г. Кремень. – К. : Юрінко Інтер, 2008. – С. 498–499.
7. Загвязинский В. И., Атаханов Р. Методология и методы психолого-педагогического исследования: [Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений] / В. И. Загвязинский, Р. Атаханов. – [2-е изд., стер.] – М. : Издательский центр «Академия», 2005. – 208 с.
8. Зязюн І. А. Філософія педагогічної дії: [монографія] / І. А. Зязюн. – Черкаси : Видавництво ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2008. – 608 с.
9. Керимов Д. А. Методология права: Предмет, функции, проблемы философии права / Д. А. Керимов. – 3-е изд. – М. : СГА, 2003. – 521 с.
10. Максименко С. Д. Психологія в соціальній та педагогічній практиці: методологія, методи, програми, процедури: [навчальний посібник для вищої школи] / С. Д. Максименко – К. : Наукова думка, 1998. – 216 с.
11. Образцов П. И. Методы и методология психолого-педагогического исследования / П. И. Образцов. – СПб. : Питер, 2004. –268 с.
12. Рабінович П. М. Основи загальної теорії права та держави: [навчальний посібник] / П. М. Рабінович. – [вид. 5-те, зі змін]. – К. : Атака, 2001.– 176 с.
13. Папуча М. В. Методологія психології / М. В. Папуча// Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; головний ред. В. Г. Кремень. – К. : Юрінко Інтер, 2008. – С. 500–501.
14. Попковская П.Я. Методология научных исследований: [курс лекций] / П. Я. Попковская. – Мн. : ООО Информпресс, 2002.– 176 с.
15. Ситар І. М. Методологічні основи порівняльного правознавства: [навчально-методичний посібник] / І. М. Ситар, О. Л. Чернобай. – Львів : ЛьвДУВС, 2009. – 72 с.

Отримано 31.10.2013 р.

УДК 316.6 : 316.454.52

Якушик С. В.[°]

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут післядипломної освіти, студент

«ТРОЛИНГ» ЯК СПЕЦИФИЧНА ФОРМА СПІЛКУВАННЯ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ МЕРЕЖІ ШІНТЕРНЕТ

У статті розглянуто проблеми спілкування у комунікаційному просторі мережі Інтернет, а також приділено значну увагу особливій його формі - «тролінгу». Розглянуті основні причини виникнення та описані форми вищезгаданого явища.

Ключові слова: комунікаційне середовище, віртуальна реальність, Інтернет, віртуальне спілкування, троллінг.

В статье рассмотрены проблемы общения в коммуникационном пространстве сети Интернет, а также уделено значительное внимание особенной его форме – «троллингу». Рассмотрены основные причины возникновения и описаны формы вышеупомянутого явления.

Ключевые слова: коммуникационная среда, виртуальная реальность, Интернет, виртуальное общение, троллинг

The article is dedicated to the problem of a Web chat and communication networking, as well, special emphasize was given to its specific form –“trolling”. Main causes of occurrence of the mentioned above were reviewed and forms described.

Keywords: communication networking, virtual reality, Internet, Web chat, trolling

Актуальність теми. Стрімкий розвиток комунікативних технологій в кінці ХХ на початку ХХІ ст. призвів до появи нових форм соціальної взаємодії, особливо це стосується мережі Інтернет. На сьогоднішній день комунікаційне середовище мережі Інтернет ми сміливо можемо назвати унікальним віртуальним соціокультурним простором, який функціонує за своїми власними законами, що є не тільки похідними, а й близькими до законів світу предметного, але не тотожними з ними. Важливим моментом слід зазначити, що унікальність даного середовища дала змогу утворення нових форм людської діяльності, насамперед особливих форм спілкування, однією з яких є «тролінг». Як і в реальному світі проблема спілкування в Інтернеті лежить в межах міжособистісної взаємодії, тому доцільним буде розглянути деякі особливості самоідентифікації та самопрезентації в віртуальному просторі, а також звернути увагу на саме поняття віртуальної реальності, як середовища в якому ця взаємодія відбувається. Варто зазначити, що при огляді літератури, нами було виявлено, що дана проблематика вивчена недостатньо і подальший розгляд цього питання має бути продовжено.

Метою даної статті є висвітлення такого аспекту віртуального спілкування як «тролінг», виявлення основних причин його появи та основні ризики такої форми спілкування.

Якщо проблемою віртуального спілкування на сьогоднішній день займаються досить активно як вітчизняні вчені, так і світова наукова спільнота в цілому, і серед них варто зазначити таких науковців як: Смишляєва К. В., Виноградова Т. Ю., Силаєва В. Л., Попов Д. С. та інші, X[1;2;3;4;5;]їх внесок у розуміння природи спілкування у віртуальному просторі для нашого дослідження є надзвичайно важливим, проте безпосередньо проблематика нашої статті як на території України, так і в країнах Східної Європи розглянута досить слабо. В поле зору науковців феномен «тролінгу» потрапив відносно недавно. Першою, хто звернув на нього увагу як на предмет дослідження стала Джудіт Донат, яка в 1998 році описала цей феномен у своїй праці «Ідентичність та вигадка у віртуальному товаристві». Також варто згадати таких дослідників як Джонатан Бишоп, Карен Браун, Маргарет Джексон та інших.[7;8;9;10;11]

Така диспропорція у науковій літературі пояснюється перш за все необхідністю вивчення того чи іншого явища, так в країнах Західної Європи та США Інтернет як загальнодоступний засіб комунікації набув поширення серед значних мас населення раніше ніж в Україні, а, отже, і з основними проблемами пов'язаними з ним в тих країнах зіткнулися раніше. «Тролінг» не тільки як специфічна форма спілкування, а й як форма антисоціальної поведінки у найжорсткіших його проявах встав у центрі наукової і суспільної дискусії після ряду спроб самогубств вчинених підлітками, серед яких були і вдалі, які були ним спричинені на території Сполучених Штатів в кінці 90-х років ХХ ст.. Схожі випадки були зафіксовані на території Великобританії, Франції, Німеччина, Японії та в ряді інших країн. [8]

Тролінг – вид віртуального спілкування з порушенням етики мережевої взаємодії з ціллю нагнітання конфліктних ситуацій шляхом розміщення образливих повідомлень у різних Інтернет спільнотах.

Для того, щоб розкрити проблематику «тролінгу» нам потрібно розглянути особливості спілкування в віртуальному просторі в цілому та умови в яких воно безпосередньо здійснюється, тобто провести аналіз середовища мережі Інтернет, виявити закономірності, котрі сприяють існуванню досліджуваного явища.

Перш за все слід наголосити на такій особливості віртуальної реальності як її проєктивність, тобто віртуальна реальність існує доти, доки є індивіди які в ній взаємодіють, можна навіть сказати існують в ній у вигляді персонажів. Оскільки середовище віртуальної реальності є похідним від предметної реальності, але залежить не від неї, а від свідомості людей, які з нею взаємодіють, то й закони існування в ній є обумовленими не об'єктно-матеріально, а предметно-символічно. Таким чином, можна сказати, що індивід-користувач у мережі Інтернет сам приймає безпосередню участь у побудові простору «навколо» себе і вступаючи у взаємодію з іншими користувачами створює середовище – віртуальну реальність, на основі певного «договору», наповнюючи її образами і символами «реального» світу, константної реальності. Все це дозволяє віртуальній реальності будувати власні закономірності простору, часу і т.д.[11]

Наступною важливою складовою є характеристики комунікаційного середовища Інтернет які і породжують основні відмінності між спілкуванням у мережі і спілкуванням у реальному світі:[8;10]

1. Анонімність комунікації у віртуальному просторі;
2. Побудований за принципом гіпертексту віртуальний простір надає можливість "гри" з ролями і побудови множинного "Я" в Інтернеті;
3. Єдиний спосіб існування особистості у віртуальності - це самопрезентація;
4. Віртуальний простір пропонує людині максимум можливостей для будь-якого роду конструювання (як ЗМІ - в конструюванні новин, як засіб комунікації - в конструюванні адресата повідомлення, як спільнота - в конструюванні норм взаємодії і т.д.); в силу втрати соціальних орієнтирів зростає необхідність конструювання соціальних відносин і власної ідентичності;
5. Обмежений сенсорний досвід, тілесна не представленість суб'єктів спілкування;
6. Зміни часу і простору: ліквідація просторових кордонів, формування іншого уявлення про одночасність і просторову близькість співрозмовника;
7. Надзвичайно широка можливість пошуку нового співрозмовника (немає необхідності утримувати увагу одного співрозмовника - тому що в будь-який момент можна знайти нового);
8. Феномен «постійної фіксації» - можливість постійно фіксувати весь хід спілкування;
9. «Нова усність». Спілкування в Інтернеті (особливо в чатах) протікає на перший погляд у письмовій формі, але при більш пильному розгляді виявляється, що мова, яку ми «чуємо» у чаті, слова, які ми там «говоримо» - це не лист, а усне мовлення парадоксальним чином вимовлене пальцями;

10. Особливі психологічні феномени: альтернативні і «дрімотні» світи, відчуття «чорної діри», ефект присутності.

Враховуючи написане вище ми можемо зробити попередній висновок, що спілкування у віртуальному просторі мережі Інтернет формується не на рівні базових психічних процесах, оскільки сенсорна складова у більшості випадків відсутня повністю, а на рівні проекції особистості та індивідуальності конкретного індивіда за допомогою створених ним віртуальних квазіособистостей – персонажів. Таким чином у аспекті соціального пізнання на перший план виходить самопрезентація, що означає - спілкування у віртуальному просторі завжди починається з суб'єктно-об'єктного типу, оскільки один зі співрозмовників отримує контрольовану інформацію про іншого, без змоги її перевірити. В подальшому, аналізуючи хід розмови, розширюючи знання про співрозмовника, спілкування переходить на стадію суб'єктно-суб'єктного спілкування.[9] Факт самопрезентації у віртуальному просторі є надзвичайно важливим, оскільки конструювання віртуальної квазіособистості є головною умовою побудови комунікації з іншими людьми у медіа середовищі мережі Інтернет, вона є головною умовою прийняття індивіда у ту чи іншу віртуальну спільноту, демонструє готовність приймати існуючі там правила. Як основні елементами самопрезентації ми можемо виділити наступні:

- Нікнейм або логін. Першим елементом самопрезентації у віртуальності є нікнейм (логін, нік) – це слово або словосполучення, яке замінює реальне ім'я користувача. При виборі ніку користувач керується основним моментом – питанням самоідентифікація. Так деякі користувачі як логін використовують власне ім'я, інші ж використовують слова, які мають створити перше уявлення про їхні особистісні риси, інтереси, ідентифікації з певними соціальними групами і т.д. [11]

- Аватар. Різноманітність форм віртуальної комунікації створює свої правила наявності чи відсутності аватару. Аватар – це графічне представлення користувача, його alter ego, що за свою ціль ставить візуально представити індивіда у віртуальному просторі. Обираючи аватар, частіше за все, люди намагаються донести до інших певні риси своєю особистості, створити у співрозмовника найбільш коректне уявлення по свій внутрішній світ, про своє ідеальне Я. Не слід забувати, що Я ідеальне інколи кардинально відрізняється від Я реального, не кажучи вже про фізичні характеристики. В залежності від ресурсу де розміщується аватар він може бути як довільною картинкою, наприклад зображення відомої особистості, тварин, рослин, неживих предметів, так і власним фото зображення користувача (сайти знайомств і т.д.).[11]

- Профіль. На більшості Інтернет ресурсів є профіль користувача, де індивід позначає особисті дані за своїм бажанням, такі як вік, стать, соціальний статус, місце проживання і т.д. Саме інформація у профілі і є основним джерелом соціального пізнання у віртуальній реальності, оскільки перевірити таку інформацію не можливо, співрозмовник може прийняти її або ж залишити під сумнівом. Інколи під час конструювання свого Інтернет-персонажа людина свідомо замовчує або надає невірну інформацію. Перш за все це вік, особливо це стосується підлітків, які його завищують. Далі йде статеві та гендерна ідентифікація. Нерідко користувачі у своїх профілях позначають протилежну стать, за нашими спостереженнями найчастіше це стосується жінок. Також слід

згадати про фізичні параметри, які інколи або замовчуються або ж надаються не вірними.[11]

Таким чином ми розглянули як особливості середовища Інтернет спілкування, так і особливості самого спілкування у віртуальному просторі, що дозволяє далі більш розкрито і ґрунтовно розглянути безпосередньо проблему «тролінгу».

Етимологія поняття «тролінг» походить від англійського «Troll», виду риболовлі на живця, що дає досить точну характеристику механізму взаємодії користувача тролінгу з іншими персонажами у віртуальному просторі. Пізніше персонажів, які активно використовували «тролінг» як єдиний спосіб комунікації почали називати «тролями», що є співзвучним з назвою персонажів германського фольклору і на думку користувачів Інтернету найчіткіше відображає їх сутність. [7]

Як і процес спілкування в цілому «тролінг» має ряд характерних особливостей і градацій, що зумовлює нас розглядати його не як цілісний однорідний процес, але як різні його варіації об'єднані деякими спільними характеристиками.

Перш за все, для троллінгу характерне суб'єкт-об'єктне спілкування, де сам «троль» виступає у якості суб'єкта, а його співрозмовник, відповідно, у якості об'єкта. Виходячи з цього положення ми зробили наступний висновок, що користувач «тролінгу» деперсоналізує співрозмовника, зводячи зворотній зв'язок до рівня очікуваних реакцій. Якщо об'єкт ігнорує сам процес «тролінгу» або його реакції не відповідають очікуванням «троля», процес припиняється, і починається пошук нового об'єкту. [7;8]

Наступною складовою характерною для троллінгу є емоційна. На відміну від константної реальності, де ми можемо сприймати реакції іншої людини, відстежувати зміну її настрою, то у просторі віртуальному це робити складніше. Так, широко використовуються смайли, знаки пунктуації, картинки, які вставляють в текст і мають конкретизувати його емоційну складову, проте, сам текст, підбір слів, наявність граматичних і орфографічних помилок, його об'єм і т.д. набагато краще демонструють емоційний стан автора в момент написання повідомлення. Тому бажаним результатом будь якого акту «тролінгу» є виведення співрозмовники чи групи співрозмовників з емоційної рівноваги, спричинення конфліктних ситуацій у групі, введення іншої людини в стан афекту. [9]

Останній момент характерний для «тролінгу» - це антисоціальна поведінка, порушення норм і правил комунікації у конкретно взятій Інтернет-спільноті, таких як образи, написання повідомлень які не стосуються теми обговорення (флуд), розпалювання конфліктів між різними членами групи на основі ціннісних орієнтирів та ідейних засад (у віртуальному просторі такі конфлікти отримали назву холівар, від англійського «holly war» священна війна).

Відповідно до місця і форми «тролінгу» виділяють декілька його підтипів.

Перший – це «тролінг» основною метою якого є просто акт схожий з вандалізмом за формою і спрямованістю. У Інтернет середовищі він отримав назву «товстий троллінг», основною його характеристикою є ряд образливих коментарів, зображень чи звукових ефектів, які не несуть ніякого змістового наповнення й покликані просто викликати негативні емоції у інших користувачів. У представників цієї форми спілкування частіше всього відсутня самопрезентація, нік є просто набором символів, аватар відсутній, або ж має зображення

аморального змісту. Основним місцем де він відбувається є чати та соціальні мережі. За великим рахунком ніякої небезпеки для оточуючих він не несе, таких користувачів відразу відправляють до чорного списку. [7;11]

Другий тип «тролінгу» в англomовному середовищі отримав назву «Internet bullying». Він характеризується надзвичайною агресивністю по відношенню до обраного об'єкту і на відміну від попереднього типу є досить небезпечним, оскільки часто стирає межі між константною і віртуальною реальностями. Даний тип «тролів» мають чітку самоідентифікацію, а отже і яскраво виражену самопрезентацію у тій спільноті, яку вони обрали. Характерними рисами для цього типу є чітко промальований образ і активна взаємодія з «публікою». Вони не можуть існувати поза своєю ін-групою, з якою вони себе ідентифікують і в якій шукають підтримку. Їхні нікнейми й аватари чітко характеризують їх по-перше, як вхожого члена певною групою, а по-друге, як «троля». Таким чином, за допомогою одного персонажу вони виконують відразу дві соціальні ролі. Об'єктом тролінгу зазвичай обирається представник аут-групи, або людина, котра якимось чином аут-групу підтримала. Головним засобом обирають текстові та візуальні повідомлення, які несуть агресивний характер і досить часто включаються в себе погрози та приниження гідності співрозмовника. Чітко сформульованого розуміння бажаної реакції у таких «тролів» немає, як і попередній тип вони здійснюють даний тип активності заради самої активності, а також закріплення свого статусу у ін-групі. Саме тому вони намагаються включити у процес комунікації представників власної спільноти, якщо їм це не вдається, вони втрачають повний інтерес до об'єкту. Яскравим прикладом такого типу Інтернет комунікації можна вважати ситуацію, яка мала місце у Живому Журналі. Одна з користувачів виклала там фотографії свого однорічного сина, що є непоодиноким практикою. Згодом під фотографією з'явилися коментарі образливого змісту, пов'язаного з національністю дитини, а також з позицією користувача як зрадниці батьківщини. Цей коментар підтримали й інші користувачі, що призвело до шквалу агресивних відгуків, котрі перейшли у погрози. Через деякий час погрози вийшли за межі Інтернету й почали надходити на електронну пошту, лунати по телефону. Результатом стало те, що користувачка боячись за власне життя і життя дитини змінила місце проживання. Така форма «тролінгу» широко поширено серед підлітків, особливо у країнах Західної Європи та США. Результатом чого є декілька сотень спроб здійснити суїцид, частина з яких є вдалим, щорічно. Варто зазначити, що значна ступінь свободи, відсутність зовнішніх контролюючих факторів та потреба у самоідентифікації спричиняють ефект всюдозволеності і безкарності у віртуальному просторі, підвищують ступінь зараженості і відкритості до навіювання. Враховуючи вище написане ми прийшли до висновку, що друга модель тролінгу є найбільш небезпечною.[7]

Останній, третій тип «тролінгу» можна назвати «тонким». Важливою складовою якого є продумана, структурована самопрезентація та виважений вибір об'єкта комунікації. Місцем для спілкування такі «тролі» обирають частіше всього форуми або соціальні мережі (твітер, живий журнал і т.д.). Процес «тролінгу» для них не є самоціллю, тому в межах спільноти вони використовують як суб'єкт-суб'єктне спілкування з іншими користувачами, так і суб'єкт-об'єктне підчас «тролінгу». Основною характеристикою таких користувачів є яскраво підкреслена індивідуальність. По-перше, обираючи місце

комунікації вони керуються власними інтересами і вподобаннями. Таким чином спілкування з іншими для них першочерговим. По-друге, вони мають чітко сформований образ який вони проєктують у Інтернет, найчастіше він не пов'язаний з їхньою реальною особистістю і має універсальне застосування. По-третє, вони виконують декілька соціальних ролей не зациклюючись на одній ін-групі, що дозволяє їм розширювати сферу впливу і спілкування. Об'єкт «тролінгу» зазвичай обирається ситуативно, під час звичайного процесу спілкування, таким чином «троль» може одночасно проводити і суб'єкт-суб'єктну модель спілкування і суб'єкт-об'єктну. [13] На відміну від попередніх видів «тролінгу» спілкування з об'єктом відбувається без прямих образ і погроз, тому на перший погляд порушень норм і правил спілкування не відбувається. Механізм за допомогою якого відбувається досягнення головної мети самого процесу, порушення емоційної рівноваги співрозмовника є більш складним і делікатним. По-перше, використовуються слова самого об'єкту, фрази, картини чи будь який інший матеріал, який об'єкт залишив у вигляді повідомлень. Так, критика йде не у бік самого об'єкту, а прив'язується до його слів, якихось хибних суджень, помилок, що по великому рахунку не від'ємна пов'язано з об'єктом. По-друге, надмірна іронія чи саркастичні вислови, які плутають об'єкт, створюють ілюзію підтримки, особливо під час активних дискусій. Тому об'єкт сам себе залишає в «дурнях». По-третє, залишення нейтрального на перший погляд повідомлення, яке часто має подвійне дно і стає причиною суперечок. Таким чином, «тонкий троллінг» відбувається за опосередкованої дії «троля», в той час, як основну активність проявляють самі об'єкти. Надзвичайно часто адміністрація ресурсів карає саме їх, в той час як сам винуватець ситуації залишається без покарання. [7;8;10;11]

Саме цей вид «тролінгу» в останні роки вийшов за межі особистісного чи групового спілкування в мережі Інтернет і став частиною культурного і політичного процесу. Так, в сучасній політиці не рідкісним є явище, коли політик, політолог чи просто суспільний діяч на власних Інтернет сторінках залишає певну інформацію, власну думку щодо якоїсь події, навколо якої підіймаються активні дебати інших Інтернет користувачів. Або якийсь коментар до новини невідомого користувача здійснює той самий ефект.[14]

Механізм «тролінгу» поступово залишає віртуальний простір і все частіше зустрічається у реальному житті, яскравим свідченням цьому ми можемо вважати рух «Фемен», провокативні дії учасниць якого дуже нагадують елементи мережевого «тролінгу».

Висновки: отже, віртуальний простір мережі Інтернет відкриває користувачам широкі можливості для спілкування, обміну інформацією та інших форм соціальної взаємодії, проте, серед позитивних моментів в ньому можна зіткнутися і з досить травматичними, такими як феномен «тролінгу». У статті було розкрито основні форми цього явища, висвітленні причини його виникнення та механізми дії, що має не тільки наукову цінність, а й практичну.

Список використаних джерел

1. .Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернете [Электронный ресурс]: (Русская и сопоставительная филология: Лингво культурологический аспект) /Т.Ю. Виноградова – К.: 2004.– С. 63–67. Режим доступа: http://www.philology.ru/linguistics1/vinogradova_t-04.htm

2. Кириченко Е.А., Ярута А. Г. Особенности интернет–коммуникации, как новой формы социализации в современном обществе [Электронный ресурс]:/ Е.А. Кириченко, А.Г. Ярута. – Режим доступа: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/24615/1/Kyrychenko.pdf> 117
3. Леонтович О. А. Проблемы виртуального общения/ О. А. Леонтович; Волгоградский государственный педагогический университет.[Электронный ресурс] IREX, RSEP1994; ТЕР 2000 – Режим доступа: <http://www.irex.ru/press/pub/polemika/07/leo/>
4. Попов Д.С. Молодые Интернет–пользователи: противоречия становления ценностей образа жизни: автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.06/ Попов Дмитрий Сергеевич; Уральс. госуд. пед. ун–т. – Е., 2009. – 22 с.
5. Силаева В.Л. Интернет как социальный феномен/ Силаева Виктория Леонидовна// СОЦИС. 2008– №11. – С. 101–107.
6. Смышляева Е. В. Социально–педагогические условия организации виртуального общения молодежи: автореф. дис. ...канд. пед. наук: 13.00.02 / Смышляева Екатерина Васильевна. – К.: 2009. – 21с.
7. Bishop J. The Psychology of Trolling and Lurking: The Role of Defriending and Gamification for Increasing Participation in Online Communities Using Seductive Narratives. 2010/
<http://www.crocels.com/information/examining-the-concepts-issues-and-implications-of-internet-trolling/>
8. Bishop J. The Psychology of Trolling and Lurking: The Role of Defriending and Gamification for Increasing Participation in Online Communities Using Seductive Narratives. 2008/
<http://ru.scribd.com/doc/100147679/The-Psychology-of-Trolling-and-Lurking-The-Role-of-Defriending-and-Gamification-for-Increasing-Participation-in-Online-Communities-Using-Seductive-Na>
9. Bishop J. Using genre theory to understand Internet trolling in various online communities: Representations of Wales in transgressive humour on the World 2009/
<http://ru.scribd.com/doc/100160709/Using-genre-theory-to-understand-Internet-trolling-in-various-online-communities-Representations-of-Wales-in-transgressive-humour-on-the-World-Wide-W>
10. Karen Brown, Margaret Jackson & Wanda Cassidy. Cyber-bullying: Developing policy to direct responses that are equitable and effective in addressing this special for mof bullying. 2006/
http://umanitoba.ca/publications/cjeap/articles/brown_jackson_cassidy.html
11. Donath, J. Identity and deception in the virtual community.
<http://judith.www.media.mit.edu/Judith/Identity.html>. 1997.. 1997
12. Mark Poster. Information Please: Culture and Politics in the Age of Digital Machines.
http://books?id=ut5WAbkxLi4C&pg=PA156&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
13. Suler J. Identity management in cyberspace.
<http://www.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage.html>.
14. Sempsey J. The psycho-social aspects of multi-user dimensions in cyberspace: a review of the literature. <http://www.netaxs.com/~jamesii/mud.html>. 1997.. 1997..

Отримано 08.11.2013 р.